

VARIA ESTATE

Una bolla d'aria per salire in cielo, sospesi sulla verde Umbria Todi ha ospitato il gran premio internazionale di mongolfiera. Un'occasione per scoprire uno sport di grande suggestione ai primi passi in Italia ma già diffuso in altri paesi europei

Passione ascensionale

È l'aurora il momento propizio: decine di variopinti palloni si muovono lenti lenti dalla piana di San Martino. Forme tradizionali ed inusitate, infedate spesso ai signori della pubblicità, navicelle che scolorano il mare più ampio ed infido, che avanzano per spostamenti verticali anziché orizzontali. Nella piana di Todi mongolfiere di tutte le parti del mondo danno vita al quinto gran premio.

DAL NOSTRO INVIATO GIULIANO CAPECELATRO

TODI. La cupola biancocelestese sembra ferma. Solo moti impercettibili la fanno avanzare al di sopra dei campi, del Tevere un tempo biondo ed ora uniformemente lurido, dei colli, del profilo sottile di Todi, da cui si stacca la mole imponente del tempio della Consolazione del Bramante. Dall'etrusca Tuder, poi romana col nome di Tuder, città che segna il confine, la terra digrada dolcemente verso la valle intersecata da una superstrada già ricca di traffico alle prime luci del giorno.

Una bolla d'aria calda tiene sospesi tre uomini tra terra e cielo. Tre, quattrocento metri, non di più: il servizio di rilevazioni meteorologiche dell'aeronautica militare, che guida con occhio benevolo i partecipanti al quinto gran premio mongolfieristico di Todi, ha avvertito che più in alto, verso i settecento metri, il vento si fa più forte ed i rischi aumentano. Il vento è il signore assoluto di ogni ascensione: è lui che decide come, a che velocità si

muoverà quel minuscolo cesto. L'abilità del pilota conta, ma fino ad un certo punto, che è peraltro un punto molto relativo.

Kevin Viney è un trentenne inglese del Kent, un po' pingue e carico di entusiasmo. Ha il brevetto da un anno e mezzo e cinquanta ore di volo alle spalle. Si mostra molto sicuro del fatto suo. Da quando il pallone si è levato in volo, non ha scambiato se non rapide e secche battute con Ron, segaligno cinquantenne che lo aiuta nelle manovre. La sua attenzione è monopolizzata dal bruciatore, da cui partono i potenti «getti» di propano che riforniscono di aria calda la cupola.

Il gioco, il contrasto, dell'aria calda, che va verso l'alto, e fredda, che discende verso terra, permette le ascensioni. Poi entra in scena il vento, che dice la sua. Su tutto il silenzio, rotto di tanto in tanto dal soffio rabbioso del gas che va a riempire il pallone. Posati sul vento, si viaggia come sospesi in un'atmosfera al di là del tem-

po; al di là, se non altro, di quel tempo convulso che scandisce le giornate sulla terra.

Sospesi tra verde e azzurro. Vite legate ad una bolla d'aria calda, rappresentazione del carattere effimero della stessa vita. Ritorno di un sogno antico, di un'ambizione mai soddisfatta che nasce con lo stesso essere umano. Che attraverso la sua cultura sotto le forme più svariate: dagli angeli, che ascendono all'assoluto, ad Icaro, che sull'altare di quell'assoluto brucia la sua umanità, sino al trionfante Montgolfier, eponimo pioniere dei mongolfieristi che affollano la piana sotto Todi.

Ma il volo di Montgolfier era celebrazione di una scienza irrimediabilmente ascesa, profesa verso un futuro che non poteva non considerare che luminoso. In un'epoca segnata dal dubbio, non sempre necessariamente fecondo, dal frammentarsi e sparpagliarsi dei grandi discorsi, un'ascesa ha inflessioni sempre più individuali. Sensazione di libertà, forse. Di certo, nella quiete, il subentrare di una filosofia meditative ormai negletta.

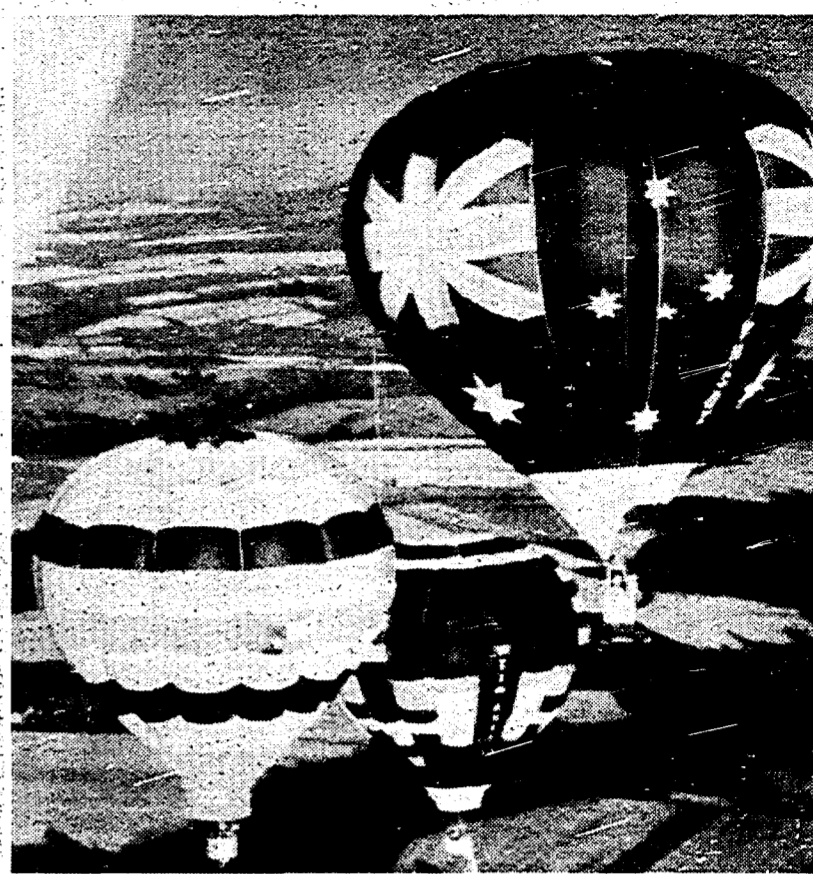
Sale Kevin, la fronte bagnata dal sudore, il viso rotondo tutto intento a calibrare il dosaggio del gas. Sale dolcemente. Il suo piacere è nel salire, nell'abbandonarsi alle regole im-

periose del vento. Sfiora gli alberi, raggiunge la quota massima e lì sembra arrestarsi. Dal cielo punteggiato da palloni multicolori ogni cosa al suolo appare piccola e del tutto insignificante. Sale il giovane inglese, il cui piacere è essenzialmente tautologico, tutto ristretto all'ascesa. Se proposizioni metafisiche, in quella zona di mondo che ha già di suo qualche caratteristica metafisica, occupano la sua mente, non lo dà a vedere. Gira manopole, tira funi, chiude la bombola esaurita, ne apre un'altra, asseconda esperto il gioco meccanico dell'aria calda ed aria fredda, uno di quei giochi elementari su cui si regge quel-

l'evento forse casuale, di certo trascurabile, che è la vita.

Le stesse manovre che hanno favorito il distacco dalla fisicità della terra riportano il cesto di vimini in basso. Lento e dolce discendere, con l'attenzione volta ad evitare eventuali ostacoli, fili elettrici, alberi, fino a raggiungere, in un campo, il caldo abbraccio della madre terra, a lanciare messaggi per gli amici che devono venire a recuperare mongolfiera e trasvolatori, in una frenetica ricerca tra superstrade e viottoli di campagna, mentre Todi, l'etrusca Tuder riacquista il suo ruolo, e dall'alto osserva quegli uomini così ansiosi di salire in alto.

Due immagini della gara internazionale di mongolfiere disputata a Todi



«La libertà assoluta. Parti da dove vuoi arrivi dove vuoi»

DAL NOSTRO INVIATO

TODI. «A duemilacinquecento metri d'altezza, la pianura padana sotto, senza neve, che invece copre ancora le cime delle Alpi. È tutto l'orizzonte libero, da Genova a Venezia, in una sensazione di libertà assoluta». Tra lo studio di un testo di geriatrica e la sbarbatura ad un giornale del Touring, tra un 70h di ammirazione per le foto della Jungfrau ed un altro 70h di stupore per le età di alcuni pionieri della mongolfiera, nasce l'interesse di Leone Dino Zingales, all'epoca giovane medico prossi-

mo a specializzarsi. Interesse che si tramuta in passione otto anni dopo, nell'82, quando il professionista sale a Torino dove l'attendono l'iscrizione alla prima scuola di mongolfiera e la rivelazione dell'ascesa, del battesimo dell'aria. «La mongolfiera ovvero una maniera di volare libera, che può sintetizzarsi nel motto: parti da dove vuoi, arrivi dove vuoi». E, da allora, la passione con prepotenza crescente occupa gli spazi lasciati liberi da una professione che abbraccia cardiologia e, appunto, geriatrica.

«Allora, nel '74, mi colpirono molto le età di alcuni partecipanti ad una gara: ottantadue, settantaquattro anni. E questa fu la miccia».

«La quiete, la libertà, gli spazi, da queste tre coordinate si innalzano le immagini che compongono quell'esperienza che Leone Dino Zingales pilota di mongolfiera, oggi quarantasettenne, trasmette con un entusiasmo ogni volta rinnovato. «Ricordi, immagini di bellezza assoluta. Che possono essere la partenza da piazza dei Miracoli, a Pisa, passando accanto alla torre, radenti i tetti, per poi calare fin sopra l'Ar-

no. O il volo al di sopra del Colosseo, in compagnia del comandante Buonanno, sfiorandone le mura. O la vista, dalla Svizzera, ad una quota di due, tremila metri, delle Alpi, del monte Bianco e del Cervino». Una passione che, dall'89, trova il punto di appoggio nel Club aerostatico europeo di Roma, artefice di un appuntamento nel cielo della capitale, sopra il Circo Massimo, di mongolfiere confluite da tutta Europa. Passione e stress. «Per due, tre giorni vivi a ritmi infernali, con sveglia alle cinque. E, quando parti, già cominci a pensare a dove potrai atterrare». Passione riguardata con

somonia affettuosità dall'amico, e spesso compagno di volo, Ladislao Figà Talamanca, che sottolinea gli aspetti meno agevoli delle trasvolate: «Uno sport faticoso, benché statico. Uno sforzo notevole a livello fisico. Per non parlare del recupero, che è una sorta di caccia al tesoro. Si avverte, nel pilota, soprattutto la concitazione per l'atterraggio».

Passione che gli offre il desiderio per digressioni di carattere professionale, cui tiene moltissimo. «Pochi, secondi, ne approfittano, altrimenti non saprei come fare, per due parole sui fattori di rischio coronarici, sul-

la prevenzione che tutti possono fare da soli, tenendo sotto controllo il colesterolo, il fumo, l'obesità, la pigrizia da televisive, l'alcol». Ma anche passione cui si guarda con ironia. «Quello che accade su nebbia non è sempre un esempio di luminosità sportiva. Pur di vincere piloti sono capaci di tutto. Si bara, c'è chi inganna sul punto da cui è partito, chi fa trucchi osceni coi marker, con cui dovrebbe segnalare il punto in cui è atterrato. E poi, quante belle amicizie sono finite sul ring di un cesto, in uno scambio di cazzotti».

Giu. Ca.

Si è fatto strada anche in Italia il beach volley, uno sport ormai prossimo ad entrare alle Olimpiadi. Pubblico in aumento, campioni che arrivano dalla California. Ma anche i danni di una giungla di sigle

Stessa spiaggia, stesse schiacciate

Beach volley, lo sport dell'estate. Questo, almeno, è quanto appare dai resoconti di presenze nei vari circuiti che puntualmente scolorano l'Italia in lungo e in largo. Oltre centomila spettatori nei diversi tornei che si sono svolti finora. Basta un solo esempio: quattro giorni di gare nel «Coca Cola tour» a Modena e oltre 20.000 presenze. E il beach volley si avvicina anche alle Olimpiadi: a settembre l'ufficializzazione.

LORENZO BRIANI

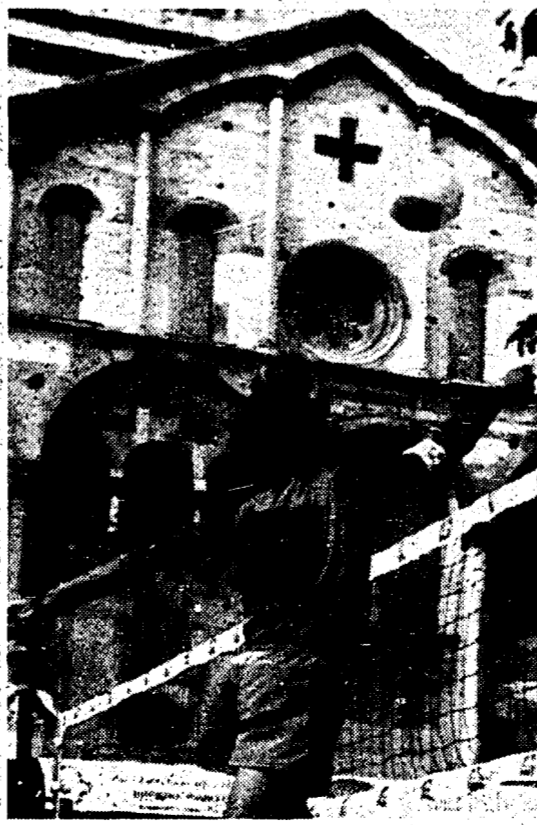
Jesi, estate '89: il beach volley diventa lo sport incontrastato dell'estate grazie ad una tappa delle World Series, un circuito mondiale con la partecipazione dei migliori specialisti californiani e brasiliani. In quell'occasione erano presenti i due «santoni» targati Usa: Sinjin Smith e Randy Stoklos, giocatori da un milione di dollari a stagione, per intenderci, insieme a loro, due assi del volley indoor: Karch Kirby e Steve Timmons. Quattro atleti con un cognome importante per promuovere a puntino uno sport emergente. All'appuntamento marchigiano c'era anche la Rai che ha mandato in diretta la finalissima. Un happening, quello, fondamentale per la promozione del beach volley dove le curiosità certo non mancavano e, tuttora, non mancano. Fece sorridere quella coppia sovietica (Michaëson-Arta-

di pallavolo di club anche in quei mesi in cui il volley indoor è in letargo.

Sulla sabbia, comunque, non sono tutte rose e fiori. Tre sono le organizzazioni che gestiscono il beach volley di alto livello: Bvo (Beach volleyball organization), Bva (Beach volleyball association), e Bvc (Beach volleyball company). Tre sigle che, spesso e volentieri, confondono gli appassionati. A queste, poi, bisogna aggiungere anche quella della Gaps (Giocatori associati sulla spiaggia). Così, in questa giungla di sigle e circuiti differenti si perdono diverse possibilità di catturare sponsor di grande rilievo. Chiarezza innanzitutto: questa è la parola d'ordine. La Bvo, che si è legata al carro della Lega, è quella che, meglio ha operato quest'estate, anche perché è riuscita a proporre dei tornei di altissimo livello con montepremi di tutto rispetto (60 milioni di lire in quattro tappe). Ma questo non aiuta a chiarire le idee ai fruitori del prodotto «beach volley». La Federazione lo sa benissimo, anche se sembra mancarle la volontà di affrontare un problema «estivo», forse per incapacità. I «sabbiaroli», comunque, saranno presi in maggior considerazione quando il beach volley (a settembre, con ogni probabilità) diventerà sport olimpico.

Quest'estate sono in corso di svolgimento quattro circuiti di prim'ordine: il Bvo tour '93, targato Coca Cola, il Gatorade trophy, il campionato italiano di serie A e quello della Bva che, con ogni probabilità, proporrà due appuntamenti ad agosto, a Padova e a Lignano Sabbiadoro. Ce n'è proprio per tutti i gusti.

Ecco alcuni nomi degli illustri sconosciuti che per un gruzzolo di milioni a torneo saltano e schiacciano sulla sabbia davanti a diverse migliaia di spettatori. Anzitutto, Andrea Ghiurghi e Dionisio Lequaglie, la coppia italiana più nota oltreoceano grazie ai tornei disputati in Brasile, Stati Uniti, Australia, Giappone e Turchia. Proprio loro sono in testa alle classifiche dei tornei italiani. Li accompagnano diversi giocatori californiani, Antony Curci e Sean Fallowfield, per esempio, sono venuti apposta dagli States per fare man bassa dei montepremi messi in palio nei diversi circuiti italiani. Cosa che non è loro riuscita, come non è riuscita al duo svizzero-americano formato da Walser e Carey. I sabbiaroli italiani stanno affilando le unghie e i colpi con un solo obiettivo in testa: le Olimpiadi. Lo stesso stanno facendo anche i diversi organizzatori nostrani, già alla ricerca di nuovi abbinamenti e vecchie alleanze.



Sport in ascesa anche in Italia, il beach volley non trova spazio e consensi solo sulle spiagge alla moda, in piena stagione turistica. Si pratica anche nelle piazze di paese, magari in un campo improvvisato all'ombra di una chiesa, come testimonia la foto accanto

Non per amore ma per soldi. Ecco la legge dei sabbiaroli

Quattrini, sponsor e salti quasi mai gratuiti, almeno per gli specialisti del settore. Ecco gli ingredienti del beach volley, sport «en vogue» da ormai un decennio sulle spiagge di mezza Italia. Un «perfetto sabbiarolo» deve avere delle garanzie anche prima di iniziare la stagione. Ossia: uno sponsor personale capace di garantire un minimo di «ritorno». Così come succede negli States, dove ogni giocatore ha più di uno sponsor personale (che va dall'azienda di magliette a quelle degli occhiali e delle creme solari), anche in Italia sta arrivando la «tattoo mania» (i tatuaggi sono ancora un optional per gli atleti nostrani, mentre sono un classico per quelli americani). Da noi, comunque, i soldi della sabbia, se confrontati con quelli americani, sono davvero poca cosa. Le tre organizzazioni principali che portano in giro per l'Italia circuiti e tornei, spendono complessivamente due miliardi di lire mentre l'americana Avp (Association volleyball professional) per il solo montepremi mette a disposizione oltre tre milioni di dollari.

Il beach volley è in ogni caso un buon affare e lo dimostrano le diverse aziende, importanti, che hanno legato il loro nome ai tre diversi circuiti italiani: tutte industrie di bevande. La Coca Cola che è legata alla Bvo, la Gatorade alla Bvc e la Pepsi Cola alla Bva. In questa stagione sono arrivate diverse coppie americane (non le prime delle classifiche Avp), allestite non solo dai montepremi messi in palio dalle diverse organizzazioni ma anche dagli incentivi messi a loro disposizione dagli sponsor targati Usa.

L.B.R.